

2004年10月19日

報道用資料**軽自動車の商品性魅力度調査で、ホンダ・ライフがランキングトップ****2004年日本軽自動車商品性評価(APEAL)調査**

CS(顧客満足度)に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社J.D. パワーアジア・パシフィック(本社 東京都港区、蓮見南海男社長、略称 J.D. パワー)は、2004年日本軽自動車商品性評価(Automotive Performance, Execution and Layout、略称 APEAL)調査の結果を発表した。

APEAL 調査は、軽自動車の性能やデザインに関する商品性魅力について、「エンジン/トランスミッション」、「内装/インパネ」、「乗り心地/ハンドリング」、「空調関係」、「快適性/利便性」、「オーディオ」、「シート」、「スタイリング/外装」の8カテゴリー、113の詳細項目に関するユーザー評価を1,000点満点の APEAL スコアであらわしたものである。

4回目となった今年の調査は2003年12月から2004年5月の間に軽自動車を新車で購入した個人ユーザーを対象に2004年7月に実施、2,326人から回答を得た。調査対象となった車両は7メーカー、27モデルである。

ホンダ・ライフ、内装/インパネのデザインで高いユーザー評価を獲得

モデル別ランキングでは、ランキング対象となった10モデル中、ホンダ・ライフが688ポイントで第1位となった。フルモデルチェンジを実施したライフは APEAL の8カテゴリー全てにおいて業界平均を上回り、特に「内装/インパネ」で高い優位性を示している。詳細項目別に見ると内装やインパネのデザインに加え、その材質やスイッチなどの操作感、計器類の見やすさ、わかりやすさに対する評価も高い。また、ライフは燃費性能についての評価も高く、ユーザーの回答による実燃費の平均値は13.3km/ だった。

第2位は659ポイントでダイハツ・タントだった。ニューモデルであるタントは8カテゴリー中7カテゴリーにおいて業界平均を上回っている。特に「快適性/利便性」については非常に高い評価を受け、他モデルを大きく引き離している。詳細項目別では、居住空間の広さや収納スペース、リアシートの快適性や配列変更のしやすさについての評価が高い。

第3位には651ポイントでスズキ・ラパンが入った。ラパンは昨年の調査において第1位を獲得したのに続き、今年も業界平均以上の水準を維持している。ラパンは昨年と同様、「スタイリング/外装」において優位性を示している。詳細項目別では、スタイリングの独自性に高い評価を受けるとともに、内装やインパネのデザインに関する評価も高く、デザイン全般について依然としてユーザーの支持が強いことを示した。

第4位は646ポイントでダイハツのムーヴだった。昨年と同様、ムーヴは「快適性/利便性」での評価が高く評価されている。特に昨年と同様、室内空間の広さや収納スペースなどへの評価が高く、加えてカップホルダーに関する評価も高い水準に維持されている。詳細項目別では、収納スペースやリアシートの快適性など、タントと同様の項目で優位性を示している。

第5位は644ポイントでスバル・R2だった。ニューモデルであるR2は対象モデル中、最も「エンジン/トランスミッション」に関する評価が高い。ユーザー回答による実燃費の平均値は15.2km/で対象モデル中トップであり、高い燃費性能がユーザー評価を押し上げているといえる。スタイリングの独自性やボディカラーのバリエーションについても優位性がある。

第6位は632ポイントで日産・モコだった。モコは「シート」についての評価が高かった。

明確な特徴を持つ個性的な商品が高い満足につながる

今回の調査の傾向として、特にニューモデル、フルチェンジモデルについて、各々の商品の特徴となっている点がユーザーの高い評価を獲得し、商品に対する総合的な満足を高めていることが挙げられる。軽自動車はその製品規格における制約上、動力性能や走行性能、あるいは居住空間の確保に関し、様々な課題を持っている。また昨今、ひとクラス上のコンパクトカーとの競合激化にともなってユーザーの期待値が変化し、軽自動車の枠を超えた魅力ある商品に対するニーズが高まっている。

今回の調査においてランキング第1位のホンダ・ライフ、第2位のダイハツ・タントは各々の商品の特徴が評価され、高い水準のユーザー満足を獲得した。また、この2モデルは商品に対する満足度のみならず、友人や知人への購入モデルの推奨意向も非常に高い傾向がある。このような環境の中、ユーザーの期待の変化をタイムリーに捉えながら、軽自動車という枠内で新たな商品魅力を継続的に創造していくことが今後の軽自動車の商品企画の課題といえる。

<株式会社J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社はJ.D. パワー・アンド・アソシエイツ（略称JDPA、本社米国カリフォルニア州）の日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として1990年に設立された。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA機器、サービス産業、金融など様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。インターネット上でホームページを開設しており、会社概要や提供しているサービスなどの情報を次のアドレスで入手できる。

J.D. パワー アジア・パシフィック ホームページ <http://www.jdpower.co.jp>

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株)J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野

住 所： 東京都港区虎ノ門5-1-5 虎ノ門45MTビル（〒105-0001）

電 話： 03-3459-1865

F A X： 03-3459-1810

e-mail： mkawano@jdpower.co.jp

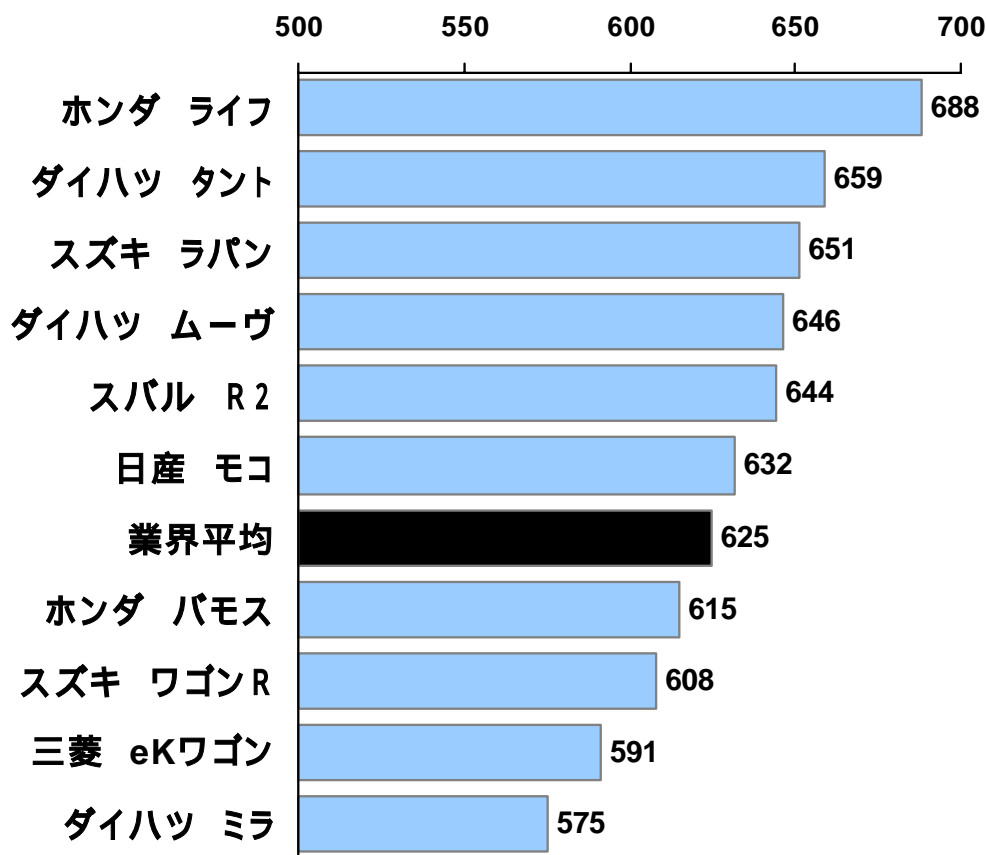
<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年日本軽自動車商品性評価(APEAL)調査SM

モデル別ランキング

(1,000ポイント満点)



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年日本軽自動車商品性評価調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2004年日本軽自動車商品性評価調査SM)を明記して下さい。